

Briefing die Tatacoa-Wüste

Seminararbeit

Vorge stellt durch

Kimberly Plazas Vanegas

Deissy Karina Torres

Carolina Vargas Novoa

Universidad ECCI

Programa de Lenguas Modernas

Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y Humanas

2017

Briefing die Tatacoa-Wüste

Seminararbeit

Vorgelegt

Lehrerin und Übersetzerin

Angela María Ruiz Riaño

Vorge stellt durch

Kimberly Plazas Vanegas

Deissy Karina Torres

Carolina Vargas Novoa

Universidad ECCI

Programa de Lenguas Modernas

Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y Humanas

2017

INHALTSVERZEICHNIS

Einführung.....	7
Kapitel 1 – Hintergrundinformationen.....	8
1.1 Mission.....	10
1.2 Überblick.....	10
1.3 Allgemeines Ziel.....	11
1.4 Spezifische Ziele	11
1.5 Das Regieren von Huila verwaltet zwei strategische Linien.....	11
1.5.1 Sektor: Kultur	11
1.5.2 Sektor: Tourismus	11
1.6 Organisationsschaubild.....	12
1.7 Tatacoa Wüste.....	12
Kapitel 2 - Markt.....	14
2.1 Gesamtmarkt.....	15
2.2 Teil, Nebenmärkte.....	16
2.3 Marktkapazität.....	17
2.4 Marktpotential.....	18
2.5 Marktvolumen.....	19
2.5.1 Indikator des Sektors.....	19
2.6 Marktfaktoren, Einflüsse.....	24
Kapitel 3 – Worum geht´s?	25
3.1 Werbeziele.....	25
3.2 Adressaten der Werbung.....	25
3.3 Zeitliche Planung	25
3.4 Technische Daten die Broschüre.....	25
3.4.1 Format.....	25

3.4.2 Slogan.....	27
3.4.3 Logo.....	27
3.5 Werbebudget.....	27
3.6 Erwartungen an den Konzeptvorschlag.....	28
3.7 Internetkonzeption.....	28
3.8 Kundeninfo.....	28
3.9 Redaktionelle Beiträge.....	29
3.9.1 Das Foto.....	30
3.10 Forschungsartikel.....	30
3.11 Fahrtkosten.....	31
3.12 Unterkunft Aufenthalt.....	31
3.13 Ernährung.....	31
3.14 Unterhaltung.....	31
3.15 Wettbewerbssituation.....	32
3.15.1 Park Tayrona.....	32
3.15.2 Archäologisch Park San Agustin.....	32
Kapitel 4 – Unternehmenssituation.....	34
4.1 Konkurrenzsituation.....	34
4.2 Angaben zu ihrer unternehmensorganisation.....	34
4.2.1 Das sind einige der wichtigsten Funktionen von der Sekretärin des Tourismus.....	35
Kapitel 5 – Zielgruppen	36
5.1 Soziodemografische Angaben.....	36
5.2 Konsumverhalten.....	37
5.3 Anzusprechende Einstellungen.....	37
5.4 Freizeitverhalten.....	37
Kapitel 6 – Argumentationsschwerpunkte.....	38
6.1 Kundenbenefit.....	38

6.2 Preis/Leistung.....	38
6.3 Referenzen.....	39
6.4 Marken-Bonus.....	39
Kapitel 7 – Kommunikationsstil / Tonalität.....	40
7.1 Plakativ.....	40
Kapitel 8 – Gestaltungsgrundsätze / Vorgaben.....	41
8.1 Ziele des Erscheinungsbildes und Gestaltungsgrundsätze.....	41
8.2 Das Logo.....	41
8.3 Das Layoutraster.....	42
8.3.1 Sechs vertikal, drei horizontal.....	42
8.3.2 Ränder.....	42
8.4 Die Typografie.....	42
8.5 Die Textformatierung.....	43
8.6 Die Bilder und das Papier.....	44
8.7 Umweltfreundliche – Materialwahl.....	44
8.8. Die Farben.....	44
Kapitel 9 – Terminvorgaben.....	46
9.1 Fertigstellungstermine.....	46
9.2 Ansprechpartner.....	46
Bibliografie.....	47

REGISTER DER GRAFIKEN

Grafik 1. – Anzahl Personal im touristischen en Sektor.....	20
Grafik 2. – Durchschnitt es arbeiten den Einkommens.....	21
Grafik 3. – Ankunft der Auslander in Kolumbien per Luftpost, Beforderung aun dem Landweg und See transport.....	21
Grafik 4. – Ankunft der Auslander in Huila Deparment.....	22
Grafik 5. – Deustche, die nach Kolumbien eintreten per Lufpost.....	23
Grafik 6. - Wachstum der 10 Department kennzeichnendere in Kolumbien.....	23

EINFÜHRUNG

Kolumbien ist ein schönes Land, das wegen seiner Schönheit international bekannt ist. er Schönheit seiner Landschaften erkannt ist. Für dieses Projekt haben wir die Huila Department durch seine Vielfalt der touristischen Sehenswürdigkeit gewählt, wo die Tatacoa-Wüste die Mehrheit der Touristen bekommt. Diese Wüste erstreckt sich über 300 Kilometer und ist nach der Guajira die zweitgrößte Wüste Kolumbiens. Die Wüste liegt in der Provinz Huila, ca. 38 Kilometer von der Provinzhauptstadt Neiva entfernt. Man erreicht diese Wüste normalerweise über das Dorf Villavieja, welches mit einer Straße nach Neiva verbunden ist

Diese ist nicht als eine Wüste sondern als ein trockener tropischer Wald gehalten. Das ist ein Ökosystem, das ein großes Register der Anziehungen enthält, die die Touristen mit ganzer seiner Familie genießen können. Das Hauptziel dieses Berichts besteht darin, den tourismus in dieser Zone des Landes zu fördern, die Idee besteht Dass, alle Touristen Orte Anziehungskräfte bekannt zu zugeben, um den Besuch der Ausländer zu vermehren.

Die Schaffung von Arbeitsplätzen für die am stärksten gefährdeten Bevölkerungs, um die Lebensqualität seiner Bewohner zu verbessern, einen großen sozialen Aufschlag in der Zone erzeugend was für alle gut sein wird. Es ist wichtig zu erwähnen, dass dort eine ein paleontologisches Schutzgebiet von weltweitem Interesse in dem wir die Werbung stärken können, damit der Besuch der Ausländer besonders deutsche zunimmt. Um mit den Zielen zu erfüllen, dass wir vorgehabt haben, zuerst müssen wir eine vorige Forschung der Werbung auf diesem Touristen Platz machen, um den Markt zu analysieren und das Publikum, an das dieser touristische Platz gerichtet ist.

KAPITEL 1 - HINTERGRUNDINFORMATIONEN

Kolumbien hat sich in einen der attraktivsten lateinamerikanischen Schicksale für die Entwicklung von Touristen Tätigkeiten verwandelt, ist eines der Länder mit den meisten Pflanzen- und Tierarten, bietet viele verschiedene Klimazonen und man trifft sehr viele nette Menschen. Dieses Schicksal durch seine geografischen Charakteristika, wird von natürlichen und kulturellen die Entwicklung der Touristen Tätigkeiten erlauben, der Tourismus das Kulturerbe, bildet und sensibilisiert die über der Wichtigkeit verwickelten Schauspieler von die Natur erhalten.

Eine ganz spezielle Landschaft, die man so nirgends findet in Kolumbien. Eher noch ein Geheimtipp, doch absolut besuchenswert. Die Entwicklungsgelegenheiten erlauben in touristischer Materie, die diese Department vorstellt, unser Feld des Tourismus, dank der sowohl Umwelt-als auch kulturellen Verschiedenheit dieser Department zu potenzieren, es in ein natürliches interessantes Produkt verwandelnd.

Das für die Entwicklung gewählte Schicksal unserer Touristen Tätigkeit ist der Huila Department, aktuell besetzt diese Department einen Ort des Vorrechts durch seine Naturressourcen, Parks, kulturelle Identität, große Reichtümer in handwerklicher, musikalischer Materie und Tanz, zwischen anderen vielen Elementen, die in posicionar mehr diesem Sektor helfen, ohne Ort ist das in Zweifel dem Huila ein touristisches Schicksal der internationalen Gestalt.

Der Huila ist eine Department mit einem großen Touristen Potenzial und die Wüste Der Tatacoa ist ein Interessanter und spektakuläres Ort in Kolumbien, hat das Name einer bereits ausgestorbenen Klapperschlangenart. Dieser attraktive Naturschauplatz Kolumbiens ist arid, da

es nur sehr selten regnet; ist eine tropische Trockenwald, welcher von unterirdischen Flüssen mit Grundwasser versorgt wird. Die Wüste hat Felsformationen und ist vor allem der Unterschied in den Farben faszinierend, ist eine Wüste welligem, rot und braun gefärbtem.

Ein weiteres Highlight ist die Sternwarte, eines der wohl schönsten und beeindruckendsten Dinge, die man in der Tatacoa-Wüste machen kann, ist das Beobachten der Sterne. Die Nähe zum Äquator macht es möglich, dass Sie von hier aus 88 Sternkonstellationen und Phänomene wie Meteoritenregen beobachten können. Die Tatacoa Wüste befindet sich auf halber Strecke zwischen Bogota und San Augustin im Huila Department 38 Kilometer von der Stadt Neiva entfernt. Das Ökosystem ist ein Besonderes, hier gibt es verschiedene Schlangen und Skorpione zu sehen und eine Vielfalt an Kakteenarten. Man findet Pflanzen, viele Kakteen, welche bis zu 5 Meter hoch werden. Man findet in der Wüste Schildkröten, diverse Nagetiere, Schlangen, Skorpione, Spinnen und Wildkatzen.

Das Klima in der Region ist relativ warm, aber sehr angenehm und frisch. Die Durchschnittstemperatur beträgt zwischen 30°C und 35°C. Diese Temperatur wird hauptsächlich durch die Höhenlage des Ortes zwischen 1.000 - 1.030 m bestimmt. Die durchschnittliche Niederschlagsmenge beträgt in der Tatacoa Wüste 1070 mm pro Jahr. Das Klima in der Tatacoa Wüste ist (abgesehen von bisweilen recht ergiebigen Niederschlägen, die in dieser Klimazone völlig normal sind) für Wanderungen, Ausflüge zu Fuß oder mit dem Pferd. Hat der Tatacoa Wüste in dieser Beziehung entsprechend die bessere Ausgangsposition und die spektakuläre Landschaft besticht durch unzählige verschiedene braun.

In der Tatacoa Wüste und der näheren Umgebung gibt es speziellen kulturellen Traditionen mit San Agustin. Die Herzlichkeit der Bevölkerung und ihre positive Einstellung

gegenüber Fremden und Ausländern sind sicherlich positiv hervorzuheben. Das nahezu einzige und wichtigste kulturelle Angebot in der Stadt sind die Ruinenstätten in San Agustín als auch einige weitere Sehenswürdigkeiten mit Genießen Sie das Fest von San Pedro und San Juan, besuchen Museen in der Stadt und sehen die Sterne in der Tatacoa Wüste.

Wer einmal das Land besucht hat, wird kommen bestimmt wieder. Kolumbien hat so viele Sehenswürdigkeiten, ist eines der Länder mit den meisten Pflanzen- und Tierarten, viele verschiedene Klimazonen und bietet sehr viele Menschen trifft nette Menschen. Um Individualtourist als in dem Land gut zurechtzukommen, Spanischkenntnisse sind wichtig.

Der Gouverneur von Huila mit NIT 800103913-4, wird derzeit unter dem Kommando von Carlos Julio Gonzalez Villa (2016-2019). Die Lage ist in der 4. Straße auf der achten Rennen - Palace Mosaic. Sie können mit dem Gouverneur von Huila an die Telefonnummer 8671300 oder gebührenfreie 018000968716 Diese Art von Unternehmen ist öffentlich, weil sein Kapital vom Staat zu kommunizieren.

1.1 Mission

Fördern zu verbreiten und politische und Richtlinien im Feld von der kulturellen Verschiedenheit, künstlerischer Gestaltung und dem Tourismus zu formulieren, Forschungsprozesse, Teilnahme, Koordination, Kommunikation, Wiedererkennen des Erbes und der künstlerischen, Touristen und kulturellen Entwicklung implementierend, die sie im Respekt, der Duldsamkeit und Wiedererkennen des anderen ertragen.

1.2 Überblick

Im Jahr 2020 ist die Huila das grüne Herz von Kolumbien, friedlichen, geeinten und unternehmend; Anführer einer dynamischen Region, in der alle Träume blühen.

1.3 Allgemeines Ziel

Die Künste, die Buchstaben, die Folklore, die Handwerke und die touristische Entwicklung in der Department zu fördern. Gleich, alle Ausdrucksformen und künstlerischer Schöpfung, die Verteidigung des Kulturerbes des Huilense Volkes anzutreiben und die Forschung der in den soziokulturellen eigenen Prozessen geöffneten Kultur zu besänftigen.

1.4 Spezifische Ziele

Das Hauptziel ist es, die Kultur und Folklore der Huilense Abteilung zu fördern und zu verbreiten. Eine touristische Entwicklung durch Investitionen in die Infrastruktur und generieren Anerkennung durch den Tourismus Planung. Förderung eines toleranten, fürsorglich und respektvolle Haltung von Huilenses, und auch ihre Teilnahme an Bildungsprozessen und kulturellen Verbreitung zu fördern.

1.5 Das Regieren von Huila verwaltet zwei strategische Linien.

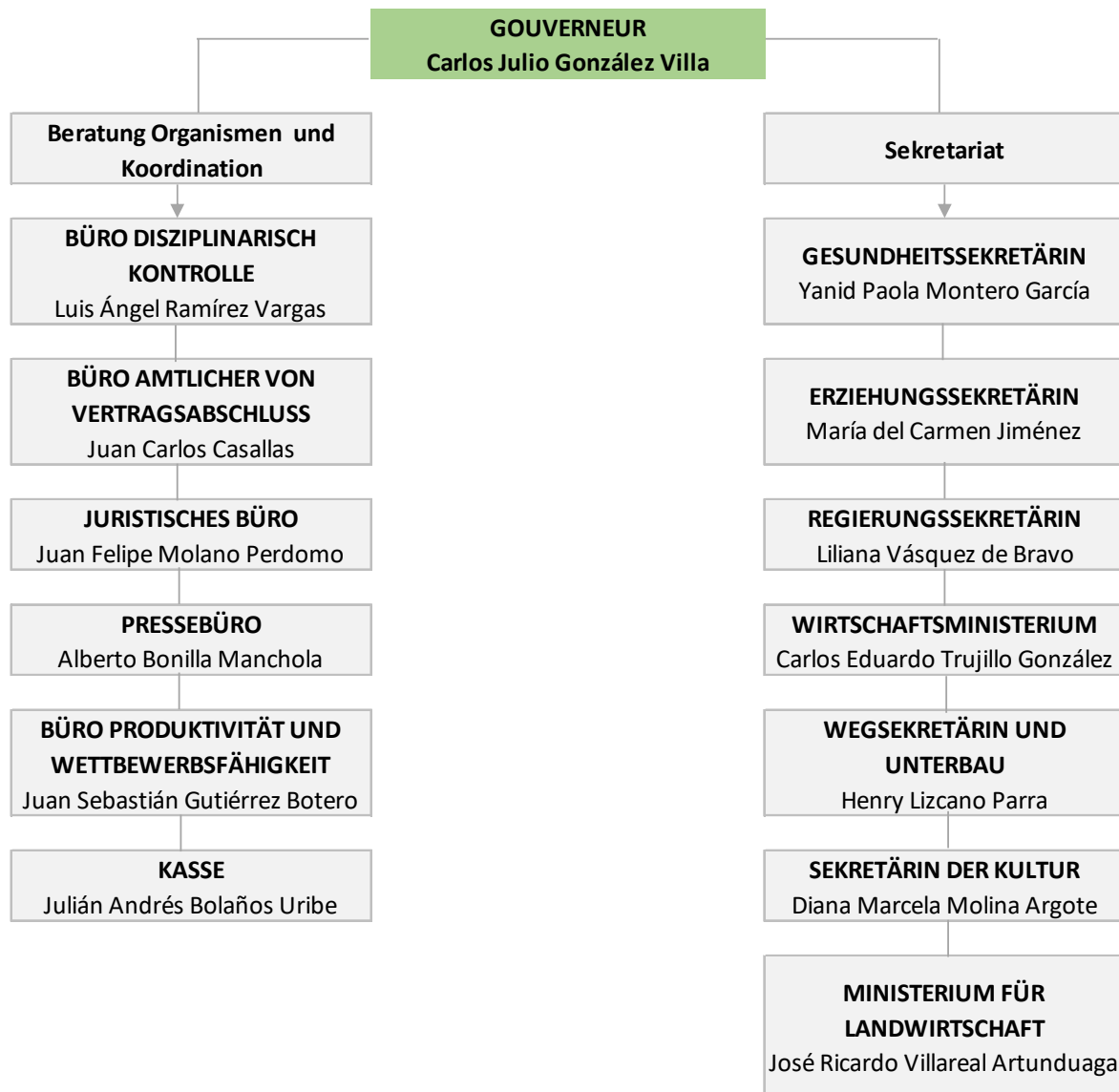
1.5.1 Sektor: Kultur

Orientieren des Kultursektors zu stärken kulturelle Identität. Implementieren Prozesse zu erforschen und die Anerkennung des kulturellen Erbes das department.

1.5.2 Sektor: Tourismus

Die Touristische Entwicklung der Department zu fördern, das wettbewerbsfähige Fassungsvermögen des Sektors, über die Sicherung des Angebots und die Forderung unserer Touristen in den Segmenten durch Gelenke verbundenen Produkte von Geschichte und Kultur, Jahrmärkten und Festen, wesentliche Städte, agroturismo verbessernd, wagt, und Ökotourismus.

1.6 Organisationsschaubild



1.7 Tatacoa Wüste

Huila ist eine im Westen unterbrachte department von Kolumbien. Die Hauptstadt ist Neiva, und ist für einen der wichtigsten Gemeinden vom kolumbianischen Süden gehalten. In kann man viele touristischen Tätigkeiten genießen, da er alle Klimas besitzt und mit 6 Naturparks rechnet, die uns die Möglichkeit anbieten, wunderbare Landschaften mit abwechslungsreichen geografischen relief zu genießen, von gleicher Art können sie s

verschiedene Tätigkeiten verwirklichen, die für Personen aller Alter eingestellt sind; Kavalkaden, Rafting, canopy, kayaking, Höhlenforschung und Paragliding.

Unter den Touristen Hauptorten haben wir:

- Archäologischer Park von San Agustin
- Tatacoa Wüste
- Die Entspung von Magdalenaflusses
- Talsperre Betania
- Thermalbad Betania

Einer der bedeutendsten Plätze ist die Wüste des Tatacoa, das ist die zweite größte Wüste in Kolumbien nach dem Guajira. Dort kann man die 330 Km Erde der Farben genießen, die seit dem Ocker im Sektor von Cuzco bis das Grau im Sektor der Gruben gehen, mit manchen grünen Orten wegen der Kakteen. Er ist in 38 Km der Hauptstadt huilense unterbracht, Neiva, man kann durch das Volk von Vilavieja Zugang haben, das auch mit Neiva verbunden ist.

Genauso hat diese Wüste eine fantastische Geschichte, es ist Tatacoa oder Tal der Traurigkeiten 1538 von Gonzalo Jiménez De Quesada genannt worden, obwohl sich dieser von "Tatacoa" auch er durch die Schlangen Schelle zugeteilt hat, auf die Schlangen sich beziehend, aber in diesem Ort befindet sich dieser Typ der Schlange nicht. In diesem Platz kann man einen angenehmen Spaziergang genießen, aber es ist wichtig, die hohen Temperaturen Rechnung zu tragen, die er während des Tages erreicht, aber um sich zu erfrischen, können man mit einem angenehmen Schwimmbecken im Sektor der Gruben rechnen. In der Nacht kann man zelten und das Wunder des sternförmigen Himmels erblicken, in dem sie bis 8 Typen von Sternbildern unterscheiden können und mit einem Regen von Meteoriten oder Sternschnuppen sich wundern.

KAPITEL 2 - MARKT

Die Reisebranche boomt. Kolumbien, ist ein Land mit vielfältigen Traditionen, einer langen und bewegten Geschichte, mit einmaligen Kulturschätzen und ebenso lebensfrohen wie gastfreundlichen Menschen, beeindruckt durch seine unermessliche Artenvielfalt. Das Land setzt folgerichtig gezielt auf einen schonenden Ökotourismus und überrascht mit einmaligen Kultur- und Naturerlebnissen. Hier findet man zum Teil noch aktive Vulkane. Einer der bekanntesten ist der Nevado del Huila. Im Osten des Landes wiederum lohnt ein Ausflug in den tropischen Regenwald, welcher mit seiner exotischen Tier- und Pflanzenwelt beeindruckt. Doch Tatsache ist: Die Artenvielfalt Kolumbiens ist einmalig.

Betrachtet man die Artenvielfalt pro Quadratkilometer belegt Kolumbien weltweit den zweiten Platz. So liegt auch der eigentliche Reichtum Kolumbiens in seiner atemberaubenden Fauna und Flora - geschätzt über 55.000 Pflanzenarten, davon 15% aller weltweit existierenden Orchideenarten, beherbergt das südamerikanische Land. Weiterhin: Rund 20% aller weltweit vorkommenden Vogelarten findet man in Kolumbien, rund 360 Säugetierarten, unzählige Amphibien- und Insektenarten machen Kolumbien zu einem der 5 megadiversen Länder und Biodiversitäts-Hotspots dieser Welt.

Betrachtet man den Reichtum an Tier- und Pflanzenarten, das abwechslungsreiche Landschaftsbild und die vielen Ökosystem-Regionen Kolumbiens, versteht man sofort, dass dieses Land prädestiniert ist für eine der Top-Destinationen in Sachen Ökotourismus. 5 geografisch unterschiedliche Gebiete und 18 Ökosystem-Regionen bieten eine Vielzahl einmaliger Reiseziele und Naturerlebnisse! Von der tropischen Inselwelt der Karibik, Wüsten und fruchtbare Täler, hoch aufragende Bergriesen und Vulkane der Anden bis hin zur beeindruckenden Fülle an Leben im Amazonas-Tiefland.

Im Huila Departement, im Süden des Landes, liegt eines der überraschendsten Reiseziele Kolumbiens - der Tatacoa Wüste -. Der Tourismus nach Angabe des Handelsministerium, Industrie und Tourismus von Kolumbien ein wichtiger Bestandteil der kolumbianischen Wirtschaft. Ein Grund für diese Aussage ist zudem, dass der Tourismus in den vergangenen Jahren ein wichtiger Devisenbeschaffer gewesen ist und einen beträchtlichen Anteil der Exporte generiert hat.

Der Tatacoa Wüste ist vorwiegend ein Fremdenverkehrsort, stellt das wichtigste natürliche Angebot der Huila Department und der gesamten Region dar. Aufgrund des Klimas und der landschaftlichen Schönheiten lässt sich Tatacoa Wüste auch in die Kategorie der naturbedingten Fremdenverkehrsorte einordnen. In der Vergangenheit wurde durch spezialisierte Agenturen auch versucht, den Ort als ökotouristische Destination populärer zu machen, was jedoch nicht von großem Erfolg gekrönt war.

Die Hauptfaktoren dieser Krise im touristischen Bereich sind unter anderem, der Rückgang der Nachfrage, der Anstieg der Arbeitslosigkeit, die Unsicherheit und die Gewalt, die den ausländischen Tourismus ferngehalten und den inländischen Tourismus beschränkt haben. Andere Quellen sehen den Tourismus, der ein riesiges Potential hätte, im Moment ebenfalls als unwesentlichen Beitrag zur wirtschaftlichen Stärke.

2.1 Gesamtmarkt:

Die Geschichte des Tourismus schwingt sich in Kolumbien am 17. Juni 1954 mit der formalen Schöpfung der kolumbianischen Vereinigung der Hotels in Barranquilla empor, der hauptsächlich von John Sutherland verwaltet wurde; 5 Jahre später hat das Bürgermeisteramt

von Bogotá das Institut von Kultur und Tourismus von Bogotá geschaffen, später wurde die erste Hotelkette des Kolumbiens 1964 geschaffen, das die Gründung der Hotels Ltda ist.

Der Tourismus ist in Kolumbien eine wirtschaftliche wichtige Tätigkeit, da es manche der Haupterzeuger von Fortschritt und Entwicklung ist, die Verschiedenheit unserer Tierwelt und Pflanzenwelt festigen sie es als ein touristisches Schicksal der internationalen Gestalt.

Unser Land hat große Vielfalt der touristischen Produkte, um mehr Ausländer anlocken, deshalb sind die sich verpflichtet, indem sie neue und knallige Angebote entwickeln, wegen des internationalen Interesses der gewissen Themen in Kolumbien als der Ausarbeitungsprozess des kolumbianischen Kaffees und der Leidenschaft, die einen Rhythmus als die Soße erzeugt. Die Mehrheit von Ausländern, die unser Land besuchen, wählt den Tourismus von Natur, Abenteuer, Kultur, nautisch und anderen Typ von Tätigkeiten.

Die Tatacoa Wüste ist ein Schicksal, das sich in den letzten Jahren zwischen den Reisenden immer mehr gekannt umgedreht hat, die von traditionellen Wegen auslaufen wollen und ein bisschen mehr des wilden Lebens von Kolumbien kennen, es wird gesagt, dass sich diese Wüste als Ergebnis der Trockenperiode des Flusses gebildet hat und in seinem Ort gibt es jetzt ein einzelnes Ökosystem, wo er Schlangen Skorpione und eine interessante Vielfalt des Kaktusses treffen wird.

2.2 Teil, Nebenmärkte

Wir analysieren den örtlichen Markt und treffen eine bekannte Gemeinde als Villavieja, in diesem Orte gibt es eine Gruppe von 11 Personen, die sich der handwerklichen Arbeit des Totumo gewidmet haben, das ist ein natürliches Produkt der Region, das als Verkaufsbehälter für liquide oder andere Lebensmittel benutzt ist.

Die Handwerker der Gemeinde haben eine Vereinigung geschaffen , sie haben im Totumo einen optimalen Rohstoff für die Manufaktur der solchen verschiedenen Nützlichkeits- und dekorativen Artikel als Lampen, Blumenvasen und Handgelenke zwischen anderen gesehen.

Mit der Absicht bekannt zu geben sind die künstlerischen Vorstellungen der einheimischen Kulturen, die den Huila seine Produkte bewohnten, Ideogramme und symbolkunde von den verschiedenen einheimischen Gemeinschaften geschmückt, die das Gebiet huilense bevölkerten, ihm so eine größere kennzeichnende Identität im Produkt dieser Region gebend und versuchend, den Tourismus zu fördern.

Vor 50 Jahren wird ein handwerklicher Jahrmarkt in dieser Department durchgeführt das ist ein kaufmännischer Raum, wo alle Handwerker teilnehmen können. Die Kammer des Handels von Neiva organisiert diesen Jahrmarkt mit der Absicht von begeistern, loskaufen und die Traditionen und handwerkliche Berufe des Landes potenzieren.

2.3 Marktkapazität:

In Kolumbien Stieg die Anzahl von touristischen Agenturen, mit großem Ruf auf dem Land, die nationalen Produkte in seinen Katalogen einschließen, nur zwischen August 2011 und Juli dieses Jahres, 41 Großhändler als Expedia, Decolar, Carlson Wagon-lit, American Express, Travel o City, BCD Travel haben großen Aufschlag in Märkten der Region erzeugt.

Im Jahr 2010 beförderte Proexport 13 Schicksale mit Angebot in Produkten als Sonne und Strand, Kultur, Land-Tourismus, Natur und Kreuzfahrten, 2011 ist er zu 15 übergegangen, die außerdem neue Anziehungskräfte als Tauchen, Golf, Vogelbeobachtung, religiösem Tourismus und von Wohlstand, zwischen anderen anbieten.

Die Tatacoa Wüste in Villavieja hat Fassungsvermögen für über 7000 Besucher und es ist einer der bevorzugten Plätze durch alle Touristen, die den Huila besuchen. Ziffern der Sekretärin des Huila im Jahr 2012 sie hatten 6300 Besucher, von denen 6100 kolumbianisch waren und 209 Ausländer, wer mit der Vorstellung gekommen ist, mit der Zauberei der touristischen Anziehungskraft zu gefallen.

2.4 Marktpotential:

Kolumbien ist ein Land mit großer Verschiedenheit, die er immer mehr Touristen anzieht, das erweist sich in der Zunahme als reflektiert, die sich in den letzten 2 Jahren von 4. 4 % in 2015 und 9 % 2016 vorgestellt hat. Die knalligsten Orte sind für die Ausländer: Bogota, Medellin, Cartagena, und Barranquilla.

Dies, weil sie international die meisten Vertreter sind. Aber es ist sehr wichtig zu beachten, dass Sie Naturwunder und Touristenattraktionen in anderen department wie Huila finden, in denen die Zahl der Besucher 19,5% im ersten Halbjahr dank der "Huila ein unentdecktes Paradies" Kampagne erhöht. Der Anstieg der ausländischen Besucher lag bei 6,8%.

Huila bietet einige Möglichkeiten an, die für die ausländischen Touristen attraktiv sind. Die Wüste der Tatacoa ist eine vortreffliche Wahl für jene, die Abenteuer suchen und unvergessliche Erfahrungen erleben.

Nach der Weltweiten Organisation des Tourismus (OMT) ist Deutschland das dritte Land, das mehr in Reisen ausgibt. Gemäß dem Erforschten entschieße ich mir ein Profil des deutschen Reisenden. Zwischen 18 und 30 Jahren: Allgemein sind sie jene, wer durch einige Monate reist aber wer eine beschränkte Voraussetzung hat. Zwischen 31-40 Jahren: Sie sind die Personen, wer jetzt bearbeitet Zum Reisen haben sie nur verfügbar die jährlichen Ferien, die in

30 Tagen entsprechen. Größere von 50 Jahren: Sie sind jener, die mit Zeitverfügbarkeit und Geld rechnen, immer ein verschiedenes Schicksal kennen und vorziehen, in Nebensaisons zu reisen.

2.5 Marktvolumen:

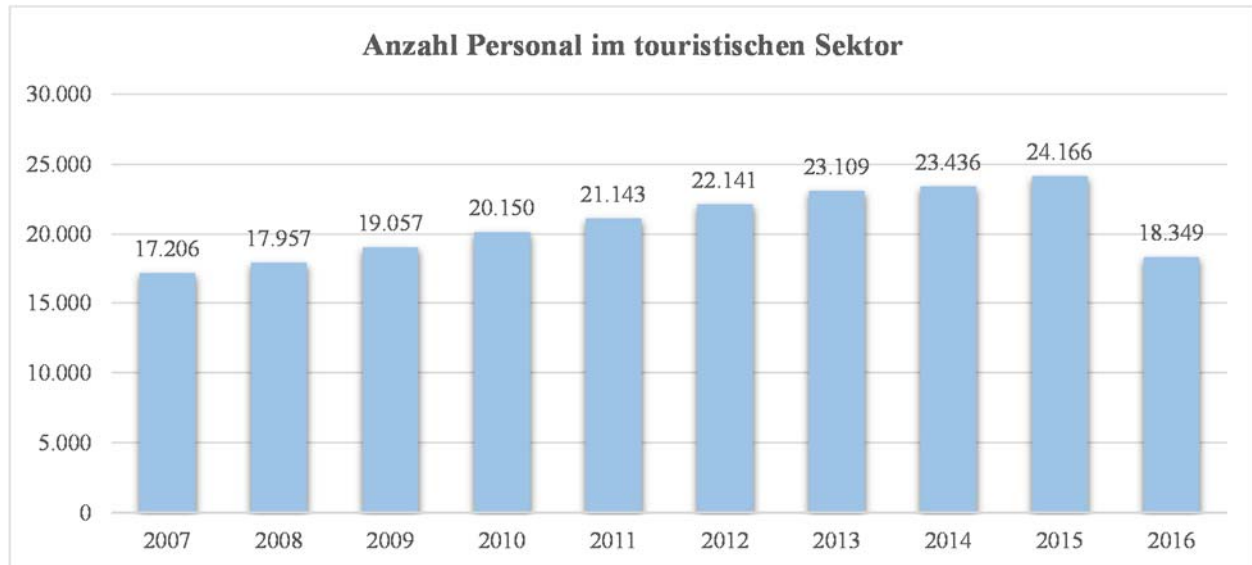
Der Tourismus hat Folge im Wirtschaftlichen und im Sozialen. Zwischen dem Jahr 2010 und 2013, war das Land Schicksal Empfänger über 3 Millionen von ausländischen Reisenden und er hat durch diesen Begriff, US\$ 12. 877 Millionen in Devisen in derselben Periode erhalten. Diese Ziffern unterbringen Tourismus im Sektor in der dritten Zeile der Ausfuhren. Für das Thema der Devisen, 5236 Millionen Dollar waren das Einkommen der Devisen durch Begriff des Tourismus 2015.

Lässt sich feststellen, dass zwar sehr viele Personen in Kolumbien vom Tourismus leben und entsprechend auch vom Tourismus abhängig sind, dass der Tourismus selber und die Einnahmen, die durch den Tourismus generiert werden, nur einen sehr geringen Anteil an der Wirtschaft des Landes haben. Die kolumbianischen Sicherheitsbehörden haben in den vergangenen Jahren erhebliche logistische und personalintensive Anstrengungen unternommen, um die Sicherheit der Straßenverbindungen zwischen den wichtigsten Städten des Landes zu gewährleisten (insbesondere an den wichtigsten Feiertagen und an den Wochenenden werden die Hauptrouten gesichert).

2.5.1 Indikator des Sektors:

Das Anstieg der kolumbianischen Wirtschaft tritt in den letzten Jahren mit Tätigkeiten des Tourismus wie die Herstellung des Sektors der Hotels und Restaurants; die Ankünfte der nicht-wohnhafte Reisenden; die ausländische Umkehrung des Sektors von Handel, Hotels und Restaurants.

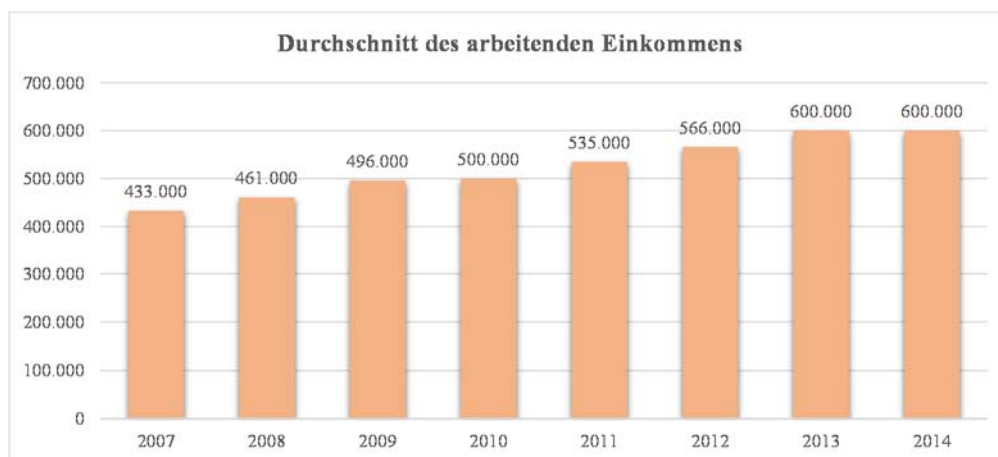
Grafik 1.



Quelle: Zentrum der Touristischen Information von Kolumbien, 2016

Das Schaubild zeigt Die Anzahl der Ausgebildeten im touristischen Sektor zwischen in Jahre 2007 und 2016. Die Daten wurden vom Zentrum der Touristischen Information von Kolumbien und sie sind in absoluten Zahlen dargestellt. Es ist ein Säulendiagramm. Ähnliche Tendenzen sieht man auch im Jahr 2007 - 2008 und 2013 - 2014. Man kann eine deutliche Tendenz erkennen bis das Jahr 2016, in diesem Jahr der Anteil der Bevölkerung pro Angestellte ist gesunken.

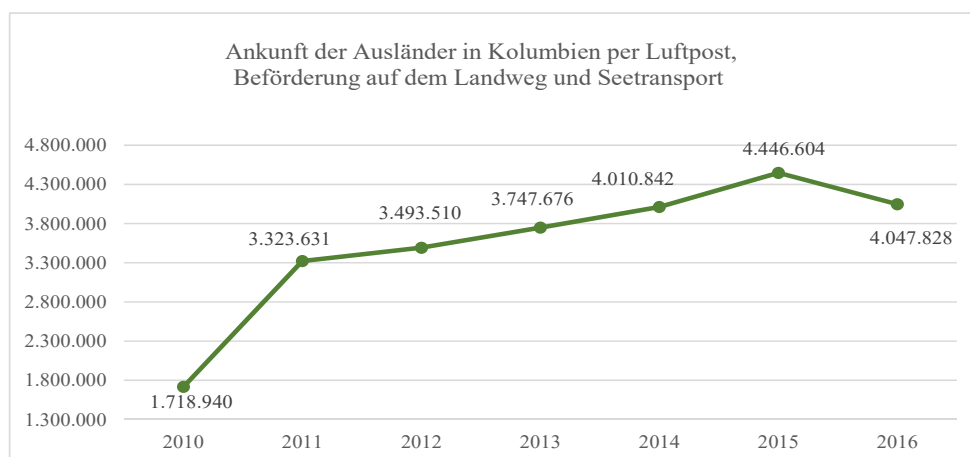
Grafik 2.



Quelle: Zentrum der Touristischen Information von Kolumbien, 2014

Die Grafik zeigt die Durchschnitt des arbeitenden Einkommens von 2007 bis 2014. Die Daten wurden vom das Zentrum der Touristischen Information von Kolumbien und Sie sind in absoluten Zahlen dargestellt. Es gibt immer eins Säulen pro Zeitraum. Ähnliche Tendenzen sieht man auch in alle Jahre wieder.

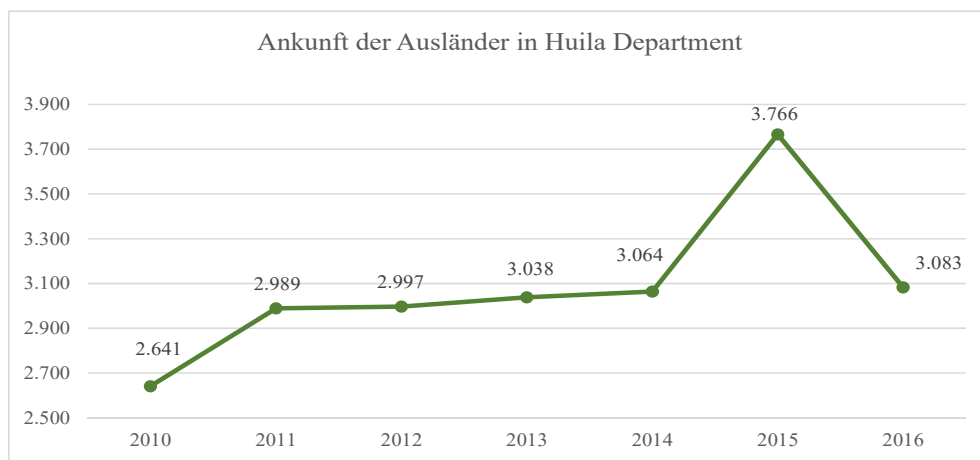
Grafik 3.



Quelle: Migration Kolumbien, 2016

Die Angaben in der Grafik Beziehen Sich auf die Jahre 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015 zeigt und 2016 Ankunft der Ausländer in Kolumbien per Lufttransport., Beförderung auf dem Landtransport und Seetransport. Die Daten stammen vom Migration Kolumbien. Der Anteil der Ausländer ist von 2011 bis 2015 zunehmen. Das bedeutet, dass es immer mehr Ausländer die unser Land besuchen.

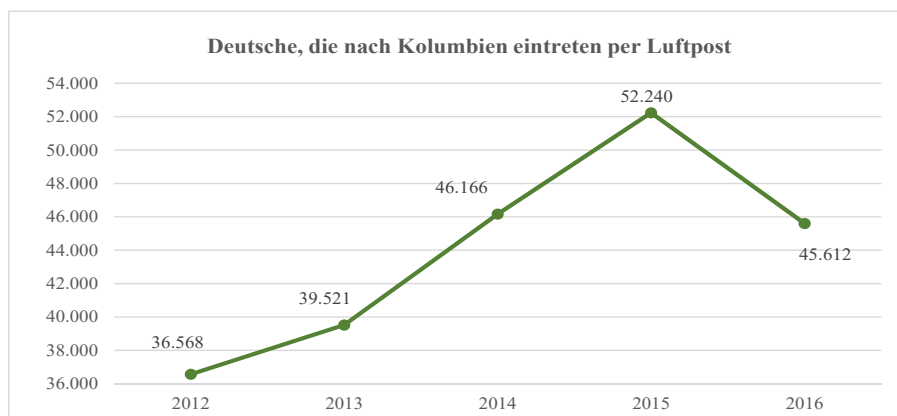
Grafik 4.



Quelle: Migration Kolumbien, 2016

Die Angaben in der Grafik beziehen sich auf die Jahre 2010 - 2016 zeigt und 2016 Ankunft der Ausländer in Huila Department. Die Daten stammen vom Migration Kolumbien. Der Anteil der Ausländer ist von 2010 bis 2015 zunehmen. Das bedeutet, dass es immer mehr Ausländer die unser Land besuchen.

Grafik 5.



Quelle: Migration Kolumbien, 2016

Die Daten stammen vom Migration Kolumbien und wurden in fünf unterschiedlichen Zeiträumen erhoben. Man kann eine deutliche Tendenz erkennen. Der Anteil der Deutsche im Jahre 2016 gesunken. Zwischen 2014 und 2015 es sind 50000 Deutsche in Durchschnitt nach Kolumbien gekommen. Im Allgemeinen kann man sagen, dass das waren die Jahre mit mehr Einkommen in Kolumbien.

Grafik 6. - Wachstum der 10 Department kennzeichnendere in Kolumbien

	2015	2016	Jan - Okt
Department	Jan - Okt	Jan - Okt	%
Arauca	1.153	21.484	1863%
Antioquia	218.829	278.163	127%
Nariño	19.636	24.959	127%
Bolívar	244.257	301.963	124%
Otros	108.867	132.677	122%
Valle del Cauca	137.736	155.770	113%
San Andres y Providencia	78.279	86.582	111%
Atlántico	53.800	57.122	106%
Bogotá	940.812	991.979	105%
Magdalena	22.518	22.684	101%
Norte de Santander	36.403	33.851	93%
Total	1.862.290	2.107.234	2992%

Quelle: Migration Kolumbien, 2016

Department von Zuwachs:

- Arauca: 1,863%
- Nariño: 127%
- Antioquia: 127%

Department für ein langsames Wachstum:

- Norte de Santander: 93%
- Magdalena: 101%
- Bogotá, DC: 105%

2.6 Marktfaktoren, Einflüsse:

Wenn wir das Betragen der innerlichen und äußerlichen Faktoren analysieren, es wichtig ist, an die Vermehrung des IVA (MwSt) in Kolumbien 19 % zu erinnern, erzeugt das eine Vermehrung im Wert der Lebensmittel und mancher Dienste.

Das könnte sie eine Verminderung in der Touristenquantität, eine mögliche ernste Lösung erzeugen, infolgedessen seit Neiva bis die Wüste versetzen. Man muss Rechnung tragen, dass das das Einkommen durch Tourismus nicht verringern würde, da der Transport in Kolumbien IVA nicht hat.

KAPITEL 3 – WORUM GEHT'S?

3.1 Werbeziele:

Das Hauptziel dieses Berichts besteht darin, den Tourismus in die Tatacoa Wüste in Kolumbien zu fördern, die Idee besteht darin, alle Touristen Orte Anziehungskräfte bekannt zu geben, um den Besuch der Ausländer zu vermehren. Die Schaffung von Arbeitsplätzen für die am stärksten gefährdeten Bevölkerungs, um die Lebensqualität seiner Bewohner zu verbessern, einen großen sozialen Aufschlag in der Zone erzeugend was für alle gut sein wird. Es ist wichtig zu erwähnen, dass dort eine ein paleontologisches Schutzgebiet von weltweitem Interesse in dem wir die Werbung stärken können, damit der Besuch der Ausländer besonders deutsche zunimmt.

3.2 Adressaten der Werbung:

Für den Urlauberreiseverkehr aus Deutschland stehen zukünftig folgende Zielgruppen im Fokus des Landesmarketings: Deutschen zwischen 18 und 30 Jahren: Allgemein sind sie jene, wer durch einige Monate reist aber wer eine beschränkte Voraussetzung hat; auch Deutschen zwischen 31-40 Jahren.

3.3 Zeitliche Planung:

Die Imagekampagne soll im Jahr 2017 starten und bis einschließlich 2018 aktiv am Markt platziert werden.

3.4 Technische Daten die Broschüre

3.4.1 Format:

- Eine modernes, schnörkelfreie Gestaltung, geradliniger Schrift unterstreicht unsere Zukunftsorientierung.

- Erreichen Sie Modernität durch schlichte Schnörkellosigkeit.
- Einfachheit ist ein großes Ziel und alles andere als langweilig.
- Das Layoutraster: Sechs vertikal, drei horizontal.
- Wurde ein einfaches Gestaltungsraster entwickelt, welches die Seite horizontal in sechs gleich große Bereiche aufteilt und vertikal in drei.
- Dokument-Höhe : 6 = Höhe der horizontalen Flächen, z.B. bei DIN A4: 297 mm : 6 = 49,5 mm.
- Dokument-Breite : 3 = Breite der vertikalen Abschnitte, z.B. bei DIN A4: 210 mm : 3 = 70 mm
- ändern: Die Titelbilder bzw. -flächen um einen deutlichen Rand (bei DIN A4 z.B. 10
- Die Typografie: Die Hausschrift »Neue Helvetica«: Modernität und Klarheit soll die Verwendung der Neuen Helvetica transportieren.
- Keine Worte und Sätze in Versalien (=Großbuchstaben)
- Keine 3D-Schriften, Textverzerrungen und Verschachtelungen
- Keine Texteffekte wie Schatten und andere Zusätze
- Guter Kontrast der Texte gegenüber dem Hintergrund: Besonders falls Texte über
- Klare Worte ohne Anglizismen oder vermeidbare Fremdwörter.
- Qualität vor Quantität: Gute Bilder ersetzen manch lange Umschreibung.
- Verwenden Sie sauber strukturierte Bilder, die durch die Komposition eindeutig

zum Thema führen und idealerweise Emotionen wecken.

- Cliparts aus handelsüblichen Kollektionen bitte unbedingt vermeiden.

- Ziel ist eine optimale Umweltverträglichkeit, deswegen auch bei den verwendeten Druckfarben umweltgerecht-zertifizierte Farben bevorzugt werden.

3.4.2 Slogan:

Der Slogan ist "Tatacoa, es gibt nur eine..!!", dieser Satz soll vielseitig, speziell und ausgezeichnet.

3.4.3 Logo:

Ein Logo sollte den Blick des Betrachters regelrecht anziehen. Farben spielen bei einem Logo eine groessere Rolle aus 2 bis 3 Farben bestehen (Brauntöne , Gelb und Grün). Es sollte auf jedenfall ein gesunder GrünTon (zur des Naturaspektes) vorhanden sein, bei der Auswahl des Grüns und der anderen Farbtöne lasse ich Ihnen 'freie Hand'. Ebenfalls sollten die Farben gut anpassen. Hintergrundfarbe als basis ist braun, jedoch sollte das logo auch auf Gelbtönen harmonieren.

Die Logo sollte den Blick des Betrachters regelrecht anziehen, ist eine Wüste mit einer schönen Sonne, Kaktus und einige Tieren, die Farben sind Brauntöne, Gelb und Grün. Die GrünTon (zur des Naturaspektes). Ebenfalls sollten die Farben gut harmonieren, die Hintergrundfarbe als basis ist braun, jedoch sollte das logo auch auf Gelbtönen harmonieren, da wir damit ausdrücken möchte (Farbe strahlend). Aus diesem Grund passt es auch zu die Logo.

3.5 Werbebudget:

Für die Entwicklung und Umsetzung einer Weltrang touristischen Imagekampagne für Deutschland ist für die Jahre 2017 folgendes Budget vorgesehen als 2000 Euro.

3.6 Erwartungen an den Konzeptvorschlag:

- ✓ Überzeugendes Kreativkonzept
- ✓ Eine starke Kampagnenidee
- ✓ Eine Kommunikation mit dem Auftraggeber vorsieht.
- ✓ Eine professionelle Herangehensweise

3.7 Internetkonzeption:

Das Internet bietet uns eine große Alternative betreffs der Werbung an. Das Regieren des Huila hat eine Webseite gut strukturiert, in dem man große Information treffen kann. Wir können die verschiedenen Abhängigkeiten und auch die Entwicklungsprogramme für den Huila unterscheiden.

Wir treffen einen für den gerufenen Tourismus gewidmeten Raum "erkennt den Huila" in dem man Information über den touristischen Plätzen lesen kann ist es jedoch wichtig, die Information zu erweitern. Ich meine, dass Fotos der Reisenden beizulegen sehr knallig wäre, und außerdem einen kleinen Raum zu schaffen, wo die Reisenden seine Erfahrungen zählen können.

Zusätzlich kann man Daten der Reisebüros implementieren, wo Pläne und Preise genau angegeben werden, damit die Reisenden in verschiedenen Seiten nicht suchen sollen. Natürlich wird das eine größere Sicherheit in den Reisenden erzeugen, da die ganze Information von demselben Regieren des Huila überwacht sein wird.

3.8 Kundeninfo

Wir wollen uns im deutschen Markt einstellen, unsere Absicht besteht darin, von den deutschen Touristen aufzufallen, da sie eine bezeichnende Vermehrung des Tourismus vorstellen

können. Eher war eine Analyse des Profils des Deutschen verwirklicht worden und man konnte bestimmen, dass sie Personen sind, wer touristische verschiedene Plätze in jeder Reise kennt, die sie verwirklichen.

In den deutschen Touristen sind sie abenteuerlich und Forschungs-, und obwohl ihnen die Sonnenorte und Sand viel gefällt, vergnügen sich jedoch auch genug mit unbekannten Schicksalen, wo sie gehen oder extreme Tätigkeiten können verwirklichen. Ein mittleres Deutsches zögert ungefähr zwei Wochen, um sein nächstes Schicksal zum Reisen zu wählen, aber um diese Reise zu entwickeln, zögern sie manchmal bis 6 Monate.

Die Deutschen passen genug nach den Meinungen der Reisenden auf, im Augenblick als sie sein nächstes Schicksal wählen, dafür benutzen sie das Internet genug und verwirklichen viele Vergleiche zwischen den verschiedenen touristischen Paketen. Genauso ist es für den deutschen Touristen sehr wichtig, dass, im Augenblick als er ein Paket kauft, jede der Sachen, die angeboten wurden, vollkommen sind.

3.9 Redaktionelle Beiträge

Sie sind schriftliche Arbeiten, Dokumente, Artikel und Bewertungen, in diesem Fall ist das das ganze Material, das wir von diesem touristischen Platz treffen, diese Information ist wichtige neuartig und komprimierbare, sie ist für ein Publikum mit Interesse gerichtet wie sie die Touristen sind, diese Beiträge werden immer eine publizierende Beauftragte ein Direktor oder Autor haben wer lässt einen Kommentar auf der Nummer.

Es existieren zwei Typen des Beitrages, der sie am wichtigsten sind als:

3.9.1 Das Foto

Diese muss in digitalem Format gehen, Größe maß Brief, in Textarchiv DOC, DOCX. Mit Fotofuß, der den Namen des Autors einschließt, Orte und er datiert, wo das Bild genommen hat, mit einem Kommentar des nicht größten Autors in 400 Wörtern in Arial 12.

3.10 Forschungsartikel

Das können Forschungsartikel von grundlegender Wissenschaft oder angewandte Wissenschaft, das Ziel dieser Forschungen ist, dass sie die Generation der Kenntnis beisteuern, für die architektonische Aufbewahrung und die natürlichen Ressourcen, die Redaktion ist empfehlenswert, dass zwischen 2000-5000 Wörtern von 15 bis 25 Quartblätter, Es ist notwendig, dass sie Verabredungen und Hinweise einschließen.

Dann wirst du Webseiten mancher publizierender Beiträge der Wüste der Tatacoa treffen.

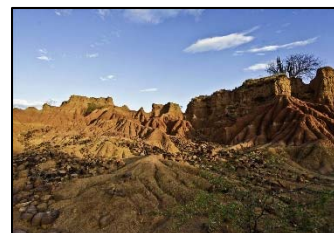
<http://panamericana.jhochholzer.de/finale-in-kolumbien/>

<http://kolumbienblog.com/tatacoa-sternegucken-in-der-wueste/>

<http://www.geo.de/reisen/community/reisebericht/574982/9/Kolumbien-ist-ganz-anders>

Das sind einige der Fotografien, die wir treffen und Ihre Anmerkung.

Die Tatacoa Wüste in der Huila Department, ist ein Ort, um eine natürliche Landschaft und astronomische Phänomene als Finsternisse, Regen von Meteoren und Planeten zu betrachten.



3.11 Fahrtkosten

Im Terminal der Stadt Neiva es gibt Busse, die bis das Volk Villavieja gehen, die Kosten sind durch Person \$5000. Wenn sich die Touristen schon in Villavieja befinden, könnte man transladar in Motorrad von drei Felgen mit Fassungsvermögen für 4 Personen, die Personen können den Herrn Faiber kontaktieren, Er ist zu ein freundlicher Dorfbewohner das diesen Dienst sein Telefon leiht, ist 313-865-8710 oder der Herr Manuel sein Telefon ist 310-301 -9756.

3.12 Unterkunft Aufenthalt

Das Handelsministerium und Tourismus hat vor 3 Jahren einige Tourist Pensionen gebaut, wo die Touristen Am Satzende Dienste als: Bäder duschst du Ernährung und Getränke.

3.13 Ernährung

Im astronomischen Observatorium gibt es ein Restaurant, wo er die besten Teller der Region trifft. Andere Restaurants Die Frau Elvira Cleves sein Telefon ist: 312 559-8576 und Die Frau Ofanda Soto sein Telefon ist: 311 536-5027.

3.14 Unterhaltung

Jede Nacht beginnen sie Vorträge über Astronomie in 6:30 pm für der Astronom Javier Fernando Rua Restrepo die Vorteile erwähnen, die der Tatacoa für die himmlische Beobachtung hat, die Touristen können Teleskope und das Fernglas astronomische benutzen, diese kostet der \$5000 in hohem Saison und \$4000 in Nebensaison.

3.15 Wettbewerbssituation

In Kolumbien gibt es einige touristische natürliche Plätze, die Wichtigsten sind: Caño cristales, TatacoaWüste, San Agustín, und der Park Tayrona. Es ist wichtig, die Anziehungskräfte jedes Orts gemäss seiner Lage zu bestimmen.

In Kolumbien gibt es einige touristische Plätze Caño cristales: Unterbracht ist es im Macarena, für den schönsten Fluss der Welt gehalten. Seine Hauptanziehungskraft ist der Fluss, der mit Algen der verschiedenen Farben das zählt, was eine fantastische Landschaft anbietet. Die sicherste Art, zu diesem Ort Zugang zu haben, ist durch Sportflugzeug, später Schiff und schließlich Spaziergang. Zwischen den Tätigkeiten sind die Spaziergänge, und Besuch der Kaskaden.

3.15.1 Park Tayrona:

Er ist in der department von Magdalena unterbracht. Seine Hauptanziehungskraft, können die zahlreichen Strände, die zum Wald im Gegensatz stehen, außer dem man Spaziergänge genießen kann, Pflanzenwelt und Tierwelt sehen und man kann das Tauchen ausüben.

3.15.2 Archäologisch Park San Agustin:

Er liegt in der Gemeinde von San Agustín, Huila. Er ist von leichtem Zugang durch die Straße Neiva - Und Gemeinde die Silber. Seine Hauptanziehungskraft ist das archäologische Museum, und es können die großen Figuren in Stein des präkolumbischen Zeitalters gesehen sein. Außer dem können Spaziergänge und Rafting im Fluss Magdalena verwirklicht sein.

Wichtig, die verschiedenen Faktoren als Zugänglichkeit, und Kosten, echnung zu tragen, und dass Typ der Erfahrung den Touristen anbieten wird. Im Falle der Wüste der Tatacoa bietet uns die Möglichkeit an, uns von der Wirklichkeit auszuschalten nachdem es die majestätische Landschaft erblicken, genauso können Spaziergänge verwirklicht sein und auch bietet uns die

Möglichkeit an, uns näher zwischen den Sternen dank dem Observatorium zu fühlen, das sich im Park befindet. Außer dem er von leichter Zugänglichkeit ist.

KAPITEL 4 – UNTERNEHMENSSITUATION

4.1 Konkurrenzsituation:

Die Sekretärin von Tourismus und Kultur der Abteilung des Huila hat mehr Information über den touristischen Hauptplätzen, nicht nur auf Abteilungsniveau sondern auch auf nationalem Niveau verbreitet, und das bringt uns, wie die touristischen Hauptplätze von Kolumbien so wichtig zu sein wie das es der Park Tayrona, Caño Cristales, oder san Andrés sind.

Jetzt stellt der Huila einen kennzeichnenden Prozentsatz betreffs Tourismus vor bezieht sich, wegen seiner touristischen Anziehungskräfte, wie San der archäologische Park Agustín, und natürlich die Tatacoawüste sind, die einer der wichtigsten auf nationalem Niveau ist.

Der Tatacoawüste bietet die Besucher, eine große Aussicht mit verschiedenen Farben und der einzigen Erfahrung an von einen von Sternen völlig vollen Himmel sehen, abgesehen davon, dass sie in der Landschaft den wunderbaren erblickt, hat Magdalena fluss.

4.2 Angaben zu ihrer unternehmensorganisation:

Die Staatssekretärsamt des Tourismus ist eine Organisation, das die Kultur und den Tourismus der Departement des Huila fördert, das Angebot und die Forderung der touristischen Produkte stärkend, in den Segmenten des Markts als Jahrmärkte, Ökotourismus,Feiertag zwischen anderen.

4.2.1 Das sind einige der wichtigsten Funktionen von der Sekretärin des Tourismus

- Formulieren Politische für die touristische Beförderung der Departement des Huila.
- Vermieten der Anlagen in der Gemeinschaft für kulturelle Tätigkeiten und von touristische.
- Koordinieren und kulturelle Programme durchzuführen.
- Planen, organisieren, richten und die Anwendung der nationalen Feste und die nationale Königtum des Bambuco auszuführen.
- Kulturelle Programme in der Region zu entwickeln

KAPITEL 5 – ZIELGRUPPEN

5.1 Soziodemografische Angaben:

Im Jahr 2004 unternahmen Deutsche 274 Millionen Reisen, von denen 73 % ins Inland führten. Dabei buchten sie 1,4 Milliarden Übernachtungen und gaben 120 Milliarden Euro aus, von denen 61,4 Milliarden Euro auf Auslandsreisen entfielen.

Bei 65 Millionen Reisen handelte es sich um Urlaubsreisen (Zweck: Erholung; Minstdauer: 4 Übernachtungen). 48,1 Millionen Deutsche über 14 Jahre haben an mindestens einer Urlaubsreise teilgenommen, was einer Reiseintensität von 74,4 % entspricht.

Das beliebteste Reiseziel hierbei war Deutschland selbst mit 30,8 %, wovon allein 6,7 Prozentpunkte jeweils auf Mecklenburg-Vorpommern und Bayern entfielen. Es folgten Spanien mit 13,6 %, Italien mit 7,4 %, Österreich mit 6,5 % und die Türkei mit 6,4 %. Insgesamt 6,1 % entfielen auf Fernreisen, also auf Reiseziele außerhalb Europas.

Ein gutes und faires Preis-Leistungs-Verhältnis ist dabei für mehr als drei Viertel aller Deutschen eine Grundvoraussetzung. Sonne, gesundes Klima und schöne Natur werden zudem höher gewichtet als materielle Qualitätsmerkmale, wie etwa abwechslungsreiche Abendunterhaltung, gute Einkaufsmöglichkeiten, Wellness-, Aktiv- oder Kulturangebote. Deutsche Urlauber schätzen bei ihren Reisen gemütliche Atmosphäre, Gastfreundschaft und Harmonie mit den Reisepartnern.

Das ist spannend, weil es dem Blickwinkel der deutsche Familie gerecht wird und an ihr Denken, ihre Erwartungen und Hoffnungen.

5.2 Konsumverhalten

Die Deutschen haben 30 Ferientage im Jahr

- * August und September sind die Monate, in denen sie mehr reisen.
- * Sie sind abenteuerlich es gefällt ihnen, neue Schicksale zu kennen.
- * Im Allgemeinen sind die Deutschen erfahrene Reisende.
- * sie fordern vortrefflichen Dienst vom Kunden
- * sie sind pünktlich fordern Respekt vor seiner Zeit

5.3 Anzusprechende Einstellungen:

Die Deutschen haben eine sehr disziplinierte Lebensweise, das Wichtigste für sie das ist die Pünktlichkeit. Generell sind sie sehr lächelnde oder fröhliche Personen nicht. Jedoch halten sie, eine gute Lebensqualität in seinem Land zu haben. In Deutschland ist die Erziehung sehr wichtig, deshalb haben 87 % der Bevölkerung die durchschnittliche obere Erziehung beendet.

Gesundheit haben sie eine Lebenserwartung ungefähr 81 Jahre, deswegen, dass sie in einem Milieu mit weniger Verunreinigung leben, und außerdem ist der Gesundheitsdienst sehr gut. Es ist für die Deutschen sehr wichtig zu reisen allgemein kennen sie zuerst ihr Land, das schöne Landschaften hat, und widmen sich später, um andere Orte der Welt kennen zu lernen.

5.4 Freizeitverhalten:

Die Deutschen nutzen seine Freizeit in Tätigkeiten als:

- Filme zu sehen und Musik hören
- Zu Hause mit den Freunden bleiben
- Es gefällt ihnen, Kinos Museen und Theater zu besuchen
- Handwerk und Gartenarbeit

KAPITEL 6 – ARGUMENTATIONSSCHWERPUNKTE

6.1 Kundenbenefit:

Die Tatacoa Wüste ist perfekt mit den beiden berühmten Destinationen San Agustín und Tierradentro zu verbinden. Oder wird die Tatacoa Wüste mit unserer The Colombian Heritage, ist eine schöner Landschaft, welche in 2 verschiedene Abschnitte getrennt ist. Der erste Abschnitt begrüsst einem mit rötlichem Boden, der zweite Abschnitt kommt wie eine verspielte Mondlandschaft daher und begrüsst einem mit grauem Boden. Die Färbung der Erde kommt von den Inhalten wie Kupfer.

Die Touristen haben viele Wohltat, da das ein wirtschaftlicher Plan ist, sollen nichts bezahlen, um in der Wüste einzutreten, auch können sie vom Ökosystem, Astronomie lernen und die Sterne sehen. Das Essen ist entzückend die Leute sind sehr freundlich sie können erforschen, und interessante Plätze treffen, das wilde Leben genießen

6.2 Preis/Leistung:

Dieser Ort ist von großer Anziehungskraft, weil er einer des am meisten wirtschaftlichen ist, wenn wir es mit anderen Naturparks von Kolumbien vergleichen. Abgesehen davon, dass es schöne Landschaften hat, hat es Tätigkeiten für alle Geschmäcke, Spaziergänge, Camping, und ein astronomisches Observatorium.

Man kann zur der Tatacoawüste mit dem Bus von Neiva kommen, mit dem Weg Neiva - Villavieja und dem preis ist \$ 5000 pesos. Der Eingang ist im Park kostenlos, wenn Sie eltern ünschen, muss \$ 15. 000 pesos jede Nacht bezahlen. Für das Essen gibt es manche Restaurants und typische Teller des gebratenen Lammes.

Die Tatacoawüste hat ein astronomisches Observatorium und einen Fremdenführer, der Plaudereien von 6:30 des Nachmittags in 9:30 von der Nacht gibt, diese Plaudereien kosten \$ 5. 000 pesos durch Person. Und auch kann der Eingang ein entzückendes Schwimmbaden im "Brunnensektor in diesem Ort genießen es kostet \$ 10. 000 pesos.

Sie werden von einer großen Erfahrung mit einer Voraussetzung des \$ 200. 000 pesos und genießen können einen wunderbaren Ort kennen.

6.3 Referenzen:

Die Touristen sagen, dass das eine wunderbare Erfahrung zum Stützen ist und seine natürliche Schönheit zu genießen, viele Personen besuchen den Ort einige Male, um neue Sachen aufzudecken, sie empfehlen, dass man zelten kann und dass es obligatorisch ist, das astronomische Observatorium zu besuchen.

6.4 Marken-Bonus:

Die Tatacoa Wüste ist eine kantige Landschaft, welche in 2 verschiedene Abschnitte getrennt ist. Der erste Abschnitt begrüßt einem mit rötlichem Boden, der zweite Abschnitt kommt wie eine verspielte Mondlandschaft daher und begrüßt einem mit grauem Boden. Die Färbung der Erde kommt von den Inhalten wie Kupfer, Eisen etc. In beiden Abschnitten sind mehrstündige Wanderungen möglich.

Man findet in der Wüste Schildkröten, diverse Nagetiere, Schlangen, Skorpione, Spinnen und Wildkatzen. Eine ganz spezielle Landschaft, die man so nirgends findet in Kolumbien. Eher noch ein Geheimtipp, doch absolut besuchenswert. Besuchen Sie die Wüste am Abend, es gibt auch eine Sternwarte für Sternenbeobachtung.

KAPITEL 7 – KOMMUNIKATIONSSTIL / TONALITÄT

7.1 Plakativ:

Der Kommunikationsstil, den wir wünschen, ist plakativ, da unser Hauptziel darin besteht, mehr Touristen anzuziehen, besonders Deutsche. Die Broschüre muss von Buchstaben nicht gesättigt sein, sondern er muss mit Farben-Buchstaben haben, um die Aufmerksamkeit des Kunden aufzufangen. Die Bilder müssen mit großer Bestimmung und hoher Qualität sein.

KAPITEL 8 – GESTALTUNGSGRUNDSÄTZE / VORGABEN

8.1 Ziele des Erscheinungsbildes und Gestaltungsgrundsätze:

Weniger ist mehr - simple Gestaltungsregeln und -raster für einfache Verwendung. Eine modernes, schnörkelfreie Gestaltung, geradliniger Schrift unterstreicht unsere Zukunftsorientierung.

- Bürgernah: Eine klare Gestaltung mit Verzicht aufs Überflüssige für bessere Lesbarkeit und Informationsvermittlung. Barrierefreiheit und strukturelle Transparenz.
- Umweltbewusst: Zum Beispiel eine Umweltorientierung ein wertvoller Imagevorteil ist. Wir achten deshalb auf umweltfreundliche Materialien.

Grundsätze der Gestaltung:

- Erreichen Sie Modernität durch schlichte Schnörkellosigkeit.
- Ruhe und Ausgewogenheit.
- Information und Inhalt haben Vorrang gegenüber der Gestaltung.
- Einfachheit ist ein großes Ziel und alles andere als langweilig.

8.2 Das Logo:

Einfach zu beachten:

- Das Logo wird nicht gedreht, verzerrt, mit Schatteneffekten oder anderen

gestalterischen Veränderungen »geschmückt«.

- Das Logo muss dann zwingend folgende Elemente nutzen: Die Farben Brauntöne , Gelb und Grün.

- Die Schrift Neue Helvetica Regular.

8.3 Das Layoutraster:

8.3.1: Sechs vertikal, drei horizontal.

Um schnell und einfach für alle Einsatzzwecke zueinander stimmige Gestaltungen zu erreichen, wird ein einfaches Gestaltungsraster entwickelt, welches die Seite horizontal in sechs gleich große Bereiche aufteilt und vertikal in drei.

Zur korrekten Größe der Rasterelemente gilt folgende Berechnung:

- Dokument-Höhe : 6 = Höhe der horizontalen Flächen, z.B. bei DIN A4: $297 \text{ mm} : 6 = 49,5 \text{ mm}$.
- Dokument-Breite : 3 = Breite der vertikalen Abschnitte, z.B. bei DIN A4: $210 \text{ mm} : 3 = 70 \text{ mm}$

(alternativ kann auch zur Berechnung die Breite der reinen Nutzfläche, also abzüglich der Seitenränder, verwendet werden)

8.3.2 Ränder:

Die Titelbilder bzw. -flächen um einen deutlichen Rand (bei DIN A4 z.B. 10 mm) verkürzt werden. Alle Ränder sind dann gleich breit. Das Logo richtet sich dann rechts an der Randkante aus, Absenderpfad und Überschrift am linken Bild-/Flächenrand.

8.4 Die Typografie:

Die Hausschrift »Neue Helvetica«: Modernität und Klarheit soll die Verwendung der Neuen Helvetica transportieren. Sie ist mit ihrem guten Zeichenausbau und der Vielfalt an

Schriftschnitten vielseitig genug, um als alleinige Schrift für Auszeichnungen, Fließtexte, Formulare und grafische Lösungen dem Gestalter die idealen Möglichkeiten zu geben.

Für die Haupt- und Unterüberschriften gilt: je größer die Schrift, desto dünner die Schrift. Fließtexte werden in der Neuen Helvetica Light oder Roman gesetzt. Hervorhebungen sind durch den Roman-Schnitt (bei Texten in Light) bzw. Medium oder Bold möglich. Bildunterschriften in Medium bzw. Bold bei kleineren Schriftgraden (je kleiner, desto dicker also).

8.5 Die Textformatierung:

Was nicht gestattet ist:

Um die für das Erscheinungsbild festgelegten Ziele zu erreichen, werden folgende

Regeln für den Satz definiert:

- Keine Worte und Sätze in Versalien (=Großbuchstaben)
- Keine 3D-Schriften, Textverzerrungen und Verschachtelungen
- Keine Texteffekte wie Schatten und andere Zusätze

Was gewünscht ist:

- Guter Kontrast der Texte gegenüber dem Hintergrund: Besonders falls Texte über

Bildern angeordnet sind, muss der Hintergrund ruhig sein und sich deutlich vom

Text unterscheiden.

- Klare Worte ohne Anglizismen oder vermeidbare Fremdwörter.

8.6 Die Bilder und das Papier

Qualität vor Quantität: Gute Bilder ersetzen manch lange Umschreibung.

Bitte nehmen Sie sich folgender Wunschvorgaben an:

- Achten Sie bei Ihrer Bildauswahl auf besonders hochwertiges Material.
- Verzichten Sie auf komplexe Bildmontagen oder Motivwirrwarr.
- Ein wirklich gutes Bild ist besser als viele zweitklassige.
- Verwenden Sie sauber strukturierte Bilder, die durch die Komposition eindeutig

zum Thema führen und idealerweise Emotionen wecken.

- Ein ruhiger, klarer Bildaufbau wird bevorzugt.
- Nutzen Sie unterschiedliche Schärferebenen, um das Bild zu gliedern.
- Farbige Bilder, die durch ihre Buntheit vom eigentlichen Motiv ablenken.
- Ungeeignetes oder schlechtes Bild? Lieber weglassen.
- Cliparts aus handelsüblichen Kollektionen bitte unbedingt vermeiden.

8.7 Umweltfreundliche - Materialwahl

Ziel ist eine optimale Umweltverträglichkeit, deswegen auch bei den verwendeten Druckfarben umweltgerecht-zertifizierte Farben bevorzugt werden.

8.8. Die Farben

Farbig, aber nicht bunt: Farben helfen bei der Orientierung und gliedern Inhalte. Bitte zügeln Sie sich jedoch bei der Verwendung von zuviel Farben – auch hier gilt: weniger ist mehr. Oder so ausgedrückt: eine farbige Gestaltung ist gut, eine bunte ist nicht das Ziel unseres

Erscheinungsbildes. Muss dann zwingend folgende Elemente nutzen: Die Farben Brauntöne, Gelb und Grün. Es sollte auf jedenfall ein gesunder GrünTon (zur des Naturaspektes) vorhanden sein, bei der Auswahl des Grüns und der anderen Farbtöne lasse ich Ihnen 'freie Hand'. Ebenfalls sollten die Farben gut anpassen. Hintergrundfarbe als basis ist braun.

KAPITEL 9 – TERMINVORGABEN

9.1 Fertigstellungstermine:

Wir wollen, dass die Werbeagentur mit drei Ausgaben der folgenden Art verwirklicht.

- ✓ Erste Abgabe: 26, April 201
- ✓ zweite Abgabe: 26, Juli 2017
- ✓ letzte Abgabe: 26, Oktober 2017

9.3 Ansprechpartner:

- Die Werbeagentur kann mit Carlos Julio González unter der Handynummer 3014730257.
- Die entscheidungsbefugte Person in Ihrem Unternehmen für Rückfragen und Freigaben:
Die Sekretärin von Kultur und Tourismus, Diana Marcela Molina Argote.
- Zur Sicherheit bitte auch einen Vertreter angeben: Luis Enrique Dussán López, sie ist eine Person des Vertrauens, das mit der Sicherheit beauftragt sein wird.

BIBLIOGRAFIE

- Gobernacion del Huila, (2017). Recuperado de <http://www.huila.gov.co/>
- Gobernacion del Huila, secretaria cultura y turismo (2016). Recuperado de <http://www.huila.gov.co/dependencias/secretarias/cultura-y-turismo>
- Sistema de información turística y cultural de Huila, (2016). Recuperado de <http://turismo.huila.gov.co/>
- Procolombia, consejos para atraer al turista Alemán, (2015). Recuperado de <http://www.procolombia.co/actualidad-internacional/mice/consejos-para-atraer-al-turista-aleman>
- Procolombia, el destino más apetecido por los alemanes en 2011, (2012). Recuperado de <http://www.procolombia.co/noticias/colombia-el-destino-mas-apetecido-por-los-alemanes-en-2011>
- Fernweh-aktuell.com, Zehn Orte, die man in kolumbien besuchen sollte, (2016). Recuperado de <http://www.fernweh-aktuell.com/inhalt.top-ten-zehn-orte-die-man-in-kolumbien-besuchen-sollte.a8c38601-786a-47e0-a8bf-ffe8d28664fc.html>
- Colombia travel, (2017). Recuperado de <http://www.colombia.travel/de/>
- Alemaniando.com, Kolumbien, (2016). Recuperado de http://alemaniando.com/de/kolumbien/#Kolumbien_Sehenswurdigkeiten